

【研究報告】

産後の女性消費者の助産師に対する意識 —産後1か月・8～10か月・18か月時の比較—

山口さつき* 柳原真知子*

【要 旨】

本研究は、産後女性が抱く助産師に対する意識が、産後の月数により違いがあるかを調査し、助産師の女性との関わり方を模索する一助とすることを目的とした。札幌地区・北網地区の病院・クリニック・保健センターに、1か月健診・8～10か月健診・1歳6か月健診に訪れたじょく婦752名を対象に自記式質問紙票を配布し、回収箱にて回収した。706名から回答が得られ（回収率94.3%）、そのうち689名（有効回答率97.6%）を解析対象とした。その結果、産後1か月の女性の方が、産後8～10か月・18か月の女性より、助産師に対する認識度や助産師の役割期待が高いことが明らかになった。このことは、産後1か月以降は、女性の助産師に対する意識が薄れていると言え、その背景には、現在の病院のシステムでは多くの場合、産後1か月を過ぎると助産師と母子との関係が終結する事が多く、助産師自身も子育てを意識した関わりが少ないということがありと推測できる。今後の助産師は、助産師外来を窓口とした妊娠期のみならず産後1か月以降の子育てまで視野に入れた活躍が必要となるといえる。

【キーワード】 助産師、助産師外来、院内バース、女性消費者、助産師に対する意識

I. はじめに

北海道の産婦人科医師数の減少率は、全国を上回っている。北海道はその母子保健の政策の一環として、助産師外来開設を謳い、助産師外来を推奨し産科医療の充実化を試みてきた。ここ数年における北海道の助産師外来の開設数は倍増している。しかし、産科医療のサービスを受ける妊産じょく婦（以下女性消費者とする）の助産師外来の知名度は、2010年の岡部ら¹⁾の報告では38%であり、女性消費者に十分浸透していない現状にある。また、地方によっては助産師外来を開設しても、受診率が高まらないという臨床からの声を聞く。そこで、私たちは、都市と地方との比較を通して産後1か月の女性消費者が助産師や助産師外来をどのように考えているかを調査した²⁾。その結果、都市の女性消費者は、地方より、助産師への信頼が厚いということがわかった。しかし、その後の8～10か月および18か月においては、地域差がほとんど生じないことがわかった。そこで、

本研究は、産後の女性消費者がどのように助産師を認識しているのか、助産師にどのような役割期待を持っているのかを、月数ごとに比較し、産後の女性消費者に対する助産師の役割について検討することを目的とする。

II. 用語の定義

女性消費者：サービスの受給者として、産科医療のサービスを受ける妊産じょく婦を総称して女性消費者とした。

助産師外来：助産師が責任をもち、産科医師から自律して外来を運営するシステム

院内バース：院内助産とも言うが、病院内で分娩を助産師が責任を持ち、産科医から自律し、ローリスクの産婦を対象に分娩室を運営するシステム

* 日本赤十字北海道看護大学

(2012. 3. 26受理)

Ⅲ. 研究方法

1. 調査対象・調査方法

札幌地区および北網地区において、年間分娩件数400件以上ある施設で調査に協力が得られた病院およびクリニックの1か月健康診査、保健センターの8～10か月および1歳6か月健康診査に来院した母親752名。

産後1か月は、出産場所のスタッフと関わりが多いと思われる。その1か月時と比較して、その後、9か月前後ごとに、女性消費者の助産師に対しての思いを調査するため、1か月、8～10か月および1歳6か月健康診査に来院した母親を調査対象とした。

調査方法は、無記名自記式の質問調査をおこなった。配布・回収については、調査票は、施設の看護部門の責任者に郵送又は手渡し、配布を依頼し、回収は回収箱への投函を依頼した。

2. 調査期間

平成21年11月～平成22年2月

3. 調査内容

1) 属性

年齢、子どもの数、分娩方法、子どもの栄養方法

2) 助産師に対する認識

助産師と看護師の区別がつくか、妊娠中・出産中・産後入院中・退院後、助産師からサポートを受けたか、助産師外来という言葉を知っているか、助産師外来の内容を知っているか、院内バースの言葉を知っているか、院内バースの内容を知っているか、助産師外来があったら利用するか、院内バースがあったら利用するかについて、「はい」「いいえ」「わからない」の3つから1つを選択することとした。

3) 助産師に対する役割の期待

妊婦健診は助産師がよい、分娩介助は助産師がよい、産褥のケアは助産師がよい、保健指導は助産師がよい、助産師はよく相談にのってくれる、助産師は頼りになる、子育て中、助産師に相談できたらよい、出産により助産師のイメージはよくなった、次回出産は助産師にまかせたいかの質問に対し、「思う」「どちらとも言えない」「思わない」の3段階の回答とした。

4. 分析方法

対象の属性については、記述統計を用いた。情報収集方法、助産師に対する認識、助産師に対する役割の期待については、産後1か月、8～10か月、18か月の3時期において χ^2 検定を行った。

分析には、統計パッケージ SPSS for Windows Version 12.0J を使い、有意水準を5%とした。

5. 倫理的配慮

調査にあたり、各施設における院長・看護部長の承諾を得た。対象者のプライバシーに配慮し、調査票は無記名とし、回答内容が調査者以外に漏出しないように個別の回収用封筒を渡した。依頼文書に調査の目的、意義および方法、記入に要するおよその時間を明記した。データは、統計的に処理し、本研究以外に使用しないことを保証した。また、研究への参加の意思は自由であり、参加の有無や回答内容より不利益は生じない旨を伝えた。アンケートの記入を持って同意を得たとした。

なお、本研究は日本赤十字北海道看護大学研究倫理委員会の承認を受けた。

Ⅳ. 結 果

調査用紙は752名に配布し、706名から回答が得られ（回収率93.9%）、有効回答数は689名（有効回答率97.6%）であった。

1. 対象者の属性

属性を表1に示したが、産後1か月健診受診の女性消費者は315名（45.7%）、8～10か月健診受診の女性消費者は143名（20.8%）、1歳6か月健診受診の女性消費者は231人（33.5%）であった。

平均年齢は、31.0歳（±4.8）であった。初経産婦の別では、やや経産婦が多かった。

分娩方法については、自然分娩が522名（75.8%）で約8割を占め、帝王切開は129名（18.7%）で約2割であった。

子どもの栄養方法は、母乳470名（68.2%）、混合175名（25.4%）、人工乳24名（3.5%）で、約7割近くが母乳栄養であった。

2. 助産師に対する認識

助産師の認識については表2に示したが、「助産師と看護師の区別がつくか」に対し、産後1か月の

表1 対象者の属性 (N=689)

項 目	全 体	産後1か月	8～10か月	18か月
		315人 (45.7%)	143人 (20.8%)	231人 (33.5%)
平均年齢 (SD)	31.0(4.8)	30.8(4.5)	30.3(5.2)	31.5(5.0)
妊娠歴 人 (%)				
初産婦	318(46.2)	136(43.2)	72(50.3)	110(47.6)
経産婦	370(53.7)	178(56.5)	71(49.7)	121(52.4)
無回答	1 (0.1)	1 (0.3)		
分娩方法 人 (%)				
自然分娩	522(75.8)	251(79.7)	100(69.9)	171(74.0)
吸引分娩	18 (2.6)	7 (2.2)	6 (4.2)	5 (2.2)
帝王切開	129(18.7)	45(14.3)	36(25.2)	48(20.8)
その他	7 (1.0)	1 (0.3)	1 (0.7)	5 (2.2)
無回答	13 (1.9)	11 (3.5)		2 (0.8)
子どもの栄養 人 (%)				
母乳	470(68.2)	217(68.9)	92(64.3)	161(69.7)
混合	175(25.4)	82(26.0)	40(28.0)	53(22.9)
人工乳	24 (3.5)	3 (1.0)	8 (5.6)	13 (5.6)
その他	7 (1.0)	3 (1.0)	3 (2.1)	1 (0.4)
無回答	13 (1.9)	10 (3.1)		3 (1.4)

女性消費者、産後8～10か月の女性消費者、産後18か月の女性消費者に差は見られなかった($p=0.157$)。助産師と看護師の区別がつくのは3期間で6割前後であった。

「妊娠中、助産師からサポートを受けたか」に対し、産後1か月の女性消費者は、「はい」は247名(78.4%)、「いいえ」は44名(14.0%)、「わからない」は24名(7.6%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は108名(75.5%)、「いいえ」は21名(14.7%)、「わからない」は14名(9.8%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は171名(74.3%)、「いいえ」は38名(16.5%)、「わからない」は21名(9.1%)であった。3期間で差は見られなかった($p=0.816$)。

「出産中、助産師からサポートを受けたか」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「はい」は290名(92.1%)、「いいえ」は14名(4.4%)、「わからない」は11名(3.5%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は117名(82.4%)、「いいえ」は9名(6.3%)、「わからない」は16名(11.3%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は195名(84.4%)、「いいえ」は17名(7.4%)、「わからない」は19名(8.2%)であった。3期間で出産中、助産師よりサポートを受けたと思う女性消費者数に差がみられた($p=0.009$)。

「産後入院中、助産師からサポートを受けたか」の

質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「はい」は300名(95.2%)、「いいえ」は6名(1.9%)、「わからない」は9名(2.9%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は122名(86.5%)、「いいえ」は10名(7.1%)、「わからない」は9名(6.4%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は203名(87.9%)、「いいえ」は13名(5.6%)、「わからない」は15名(6.5%)であった。3期間で入院中、助産師よりサポートを受けたと思う女性消費者数に差がみられた($p=0.009$)。

「退院後、助産師からサポートを受けたか」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「はい」は202名(65.2%)、「いいえ」は89名(28.7%)、「わからない」は19名(6.1%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は70名(49.3%)、「いいえ」は63名(44.4%)、「わからない」は9名(6.3%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は105名(45.7%)、「いいえ」は109名(47.4%)、「わからない」は16名(7.0%)であった。3期間で退院後、助産師よりサポートを受けたと思う女性消費者数に差がみられた($p=0.000$)。

「助産師外来という言葉を知っているか」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「はい」は166名(52.9%)、「いいえ」は148名(47.1%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は57名(40.1%)、「いいえ」は85名(59.9%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は97名(42.0%)、「いいえ」は134名(58.0%)であった。3期間で助産師外来という言葉を知っていると答えた女性消費者数に差がみられた($p=0.010$)。

「助産師外来の内容を知っているか」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「はい」は121名(38.4%)、「いいえ」は194名(61.6%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は37名(26.1%)、「いいえ」は105名(73.9%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は64名(27.9%)、「いいえ」は165名(72.1%)であった。3期間で助産師外来の内容を知っていると答えた女性消費者数に差がみられた($p=0.007$)。

「院内バースという言葉を知っているか」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「はい」は36名(11.4%)、「いいえ」は279名(88.6%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は15名(10.5%)、「いいえ」は128名(89.5%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は36名(15.6%)、「い

いい」は195名(84.4%)であった。3期間で差は見られなかった($p=0.242$)。

「院内バースの内容を知っているか」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「はい」は28名(8.9%)、「いいえ」は286名(91.1%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は9名(6.3%)、「いいえ」は134名(93.7%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は25名(10.9%)、「いいえ」は205名(89.1%)であった。3期間で差は見られなかった($p=0.324$)。

「助産師外来があったら利用するか」の質問に対し、

表2 助産師に関する認識 (N=689)

項目	産後月数	はい	いいえ	わからない	検定
助産師と 看護師の 区別	1か月	187(59.4)	128(40.6)		
	8か月	93(65.0)	50(35.0)		
	18か月	155(67.1)	76(32.9)		
妊娠中、 助産師の サポート	1か月	247(78.4)	44(14.0)	24 (7.6)	
	8か月	108(75.5)	21(14.7)	14 (9.8)	
	18か月	171(74.3)	38(16.5)	21 (9.1)	
出産中、 助産師の サポート	1か月	290(92.1)	14 (4.4)	11 (3.5)	
	8か月	117(82.4)	9 (6.3)	16(11.3)	**
	18か月	195(84.4)	17 (7.4)	19 (8.2)	
入院中、 助産師の サポート	1か月	300(95.2)	6 (1.9)	9 (2.4)	
	8か月	122(86.5)	10 (7.1)	9 (6.4)	**
	18か月	203(87.9)	13 (5.6)	15 (6.5)	
退院後、 助産師の サポート	1か月	202(65.2)	89(28.7)	19 (6.1)	
	8か月	70(49.3)	63(44.4)	9 (6.3)	**
	18か月	105(45.7)	109(47.4)	16 (7.0)	
助産師 外来の 言葉	1か月	166(52.9)	148(47.1)		**
	8か月	57(40.1)	85(59.9)		
	18か月	97(42.0)	134(58.0)		
助産師 外来の 内容	1か月	121(38.4)	194(61.6)		**
	8か月	37(26.1)	105(73.9)		
	18か月	64(27.9)	165(72.1)		
院内 バースの 言葉	1か月	36(11.4)	279(88.6)		
	8か月	15(10.5)	128(89.5)		
	18か月	36(15.6)	195(84.4)		
院内 バースの 内容	1か月	28 (8.9)	286(91.1)		
	8か月	9 (6.3)	134(93.7)		
	18か月	25(10.9)	205(89.1)		
助産師 外来の 利用	1か月	164(52.2)	13 (4.1)	137(43.6)	**
	8か月	45(31.9)	10 (7.1)	86(61.0)	
	18か月	86(37.6)	17 (7.4)	126(55.0)	
院内 バースの 利用	1か月	65(20.8)	11 (3.5)	236(75.6)	
	8か月	24(16.9)	11 (7.7)	107(75.4)	
	18か月	50(21.8)	14 (6.1)	165(72.1)	

人数 (%) **は $P<0.01$

無回答を除いているため、合計人数とは一致しない

産後1か月の女性消費者は、「はい」は164名(52.2%)、「いいえ」は13名(4.1%)、「わからない」は137名(43.6%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は45名(31.9%)、「いいえ」は10名(7.1%)、「わからない」は86名(61.0%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は86名(37.6%)、「いいえ」は17名(7.4%)、「わからない」は126名(55.0%)であった。3期間で助産師外来があったら利用すると思う女性消費者数に差がみられた($p=0.000$)。

「院内バースがあったら利用するか」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「はい」は65名(20.8%)、「いいえ」は11名(3.5%)、「わからない」は236名(75.6%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「はい」は24名(16.9%)、「いいえ」は11名(7.7%)、「わからない」は107名(75.4%)であった。産後18か月の女性消費者は、「はい」は50名(21.8%)、「いいえ」は14名(6.1%)、「わからない」は165名(72.1%)であった。3期間で差は見られなかった($p=0.274$)。

3. 助産師に対する役割の期待

助産師に対する役割の期待については表3に示したが、「妊婦健診は助産師がよい」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「思う」は138名(44.1%)、「どちらとも言えない」は153名(48.9%)、「思わない」は22名(7.0%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「思う」は71名(50.0%)、「どちらとも言えない」は58名(40.8%)、「思わない」は13名(9.2%)であった。産後18か月の女性消費者は、「思う」は101名(44.1%)、「どちらとも言えない」は113名(49.3%)、「思わない」は15名(6.6%)であった。3期間で差はみられなかった($p=0.500$)。

「分娩介助は助産師がよい」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「思う」は213名(74.0%)、「どちらとも言えない」は74名(23.7%)、「思わない」は7名(2.2%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「思う」は93名(65.0%)、「どちらとも言えない」は46名(32.2%)、「思わない」は4名(2.8%)であった。産後18か月の女性消費者は、「思う」は32名(57.9%)、「どちらとも言えない」は91名(39.9%)、「思わない」は5名(2.2%)であった。3期間で分娩介助は助産師が良いと思う女性消費者数に差がみられた($p=0.002$)。

「産褥のケアは助産師がよい」、「保健指導は助産師がよい」の質問に対し、3期間で差は見られなかった ($p=0.088$, $p=0.231$)。

「助産師はよく相談にのってくれる」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「思う」は276名 (87.9%)、「どちらとも言えない」は37名 (11.8%)、「思わない」は1名 (0.3%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「思う」は114名 (80.3%)、「どちらとも言えない」は23名 (16.2%)、「思わない」は5名 (3.5%)であった。産後18か月の女性消費者は、「思う」は186名 (81.2%)、「どちらとも言えない」は33名 (14.4%)、「思わない」は10名 (4.4%)であった。3期間で助産師はよく相談にのってくれると思う女性消費者数に差がみられた ($p=0.011$)。

「助産師は頼りになる」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「思う」は281名 (89.5%)、「どちらとも言えない」は29名 (9.2%)、「思わない」は4名 (1.3%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「思う」は114名 (79.7%)、「どちらとも言えない」は27名 (18.9%)、「思わない」は2名 (1.4%)であった。産後18か月の女性消費者は、「思う」は185名 (80.8%)、「どちらとも言えない」は39名 (17.0%)、「思わない」は5名 (2.2%)であった。3期間で助産師は頼りになると思う女性消費者数に差がみられた ($p=0.021$)。

「子育て中、助産師に相談できたらよい」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「思う」は288名 (92.6%)、「どちらとも言えない」は18名 (5.8%)、「思わない」は5名 (1.6%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「思う」は113名 (79.0%)、「どちらとも言えない」は22名 (15.4%)、「思わない」は8名 (5.6%)であった。産後18か月の女性消費者は、「思う」は181名 (79.4%)、「どちらとも言えない」は34名 (14.9%)、「思わない」は13名 (5.7%)であった。3期間で子育て中、助産師に相談できたらよいと思う女性消費者数に差がみられた ($p=0.000$)。

「出産により助産師のイメージはよくなった」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「思う」は268名 (85.9%)、「どちらとも言えない」は39名 (12.5%)、「思わない」は5名 (1.6%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「思う」は97名 (69.3%)、「どちらとも言えない」は37名 (26.4%)、「思わない」は6名 (4.3%)であった。産後18か月の女性消費者は、「思う」は164名 (71.9%)、「どちらとも言え

表3 助産師に対する役割の期待 (N=689)

質問内容	産後月数	思う	どちらとも言えない	思わない	検定
妊婦健診は助産師がよい	1か月	138(44.1)	153(48.9)	22(7.0)	
	8か月	71(50.0)	58(40.8)	13(9.2)	
	18か月	101(44.1)	113(49.3)	15(6.6)	
分娩介助は助産師がよい	1か月	231(74.0)	74(23.7)	7(2.2)	**
	8か月	93(65.0)	46(32.2)	4(2.8)	
	18か月	132(57.9)	91(39.9)	5(2.2)	
産褥のケアは助産師がよい	1か月	229(72.9)	77(24.5)	8(2.5)	
	8か月	102(72.3)	36(25.5)	3(2.1)	
	18か月	145(63.3)	72(31.4)	12(5.2)	
保健指導は助産師がよい	1か月	222(70.9)	84(26.8)	7(2.2)	
	8か月	97(67.8)	44(30.8)	2(1.4)	
	18か月	144(62.9)	76(33.2)	9(3.9)	
助産師はよく相談にのってくれる	1か月	276(87.9)	37(11.8)	1(0.3)	*
	8か月	114(80.3)	23(16.2)	5(3.5)	
	18か月	186(81.2)	33(14.4)	10(4.4)	
助産師は頼りになる	1か月	281(89.5)	29(9.2)	4(1.3)	*
	8か月	114(79.7)	27(18.9)	2(1.4)	
	18か月	185(80.8)	39(17.0)	5(2.2)	
子育て中、助産師に相談したい	1か月	288(92.6)	18(5.8)	5(1.6)	**
	8か月	113(79.0)	22(15.4)	8(5.6)	
	18か月	181(79.4)	34(14.9)	13(5.7)	
出産で助産師のイメージはよくなった	1か月	268(85.9)	39(12.5)	5(1.6)	**
	8か月	97(69.3)	37(26.4)	6(4.3)	
	18か月	164(71.9)	48(21.1)	16(7.0)	
次回の出産は助産師に任せたい	1か月	174(55.6)	126(40.3)	13(4.2)	**
	8か月	54(38.8)	74(53.2)	11(7.9)	
	18か月	68(30.4)	141(62.9)	15(6.7)	

人数 (%) *は $p<0.05$ **は $P<0.01$
無回答を除いているため、合計人数とは一致しない

ない」は48名 (21.1%)、「思わない」は16名 (7.0%)であった。3期間で出産により助産師のイメージはよくなったと思う女性消費者数に差がみられた ($p=0.000$)。

「次回の出産は助産師にまかせたい」の質問に対し、産後1か月の女性消費者は、「思う」は174名 (55.6%)、「どちらとも言えない」は126名 (40.3%)、「思わない」は13名 (4.2%)であった。産後8～10か月の女性消費者は、「思う」は54名 (38.8%)、「どちらとも言えない」は74名 (53.2%)、「思わない」は11名 (7.9%)であった。産後18か月の女性消費者は、「思う」は68名 (30.4%)、「どちらとも言えない」は141名 (62.9%)、「思わない」は15名 (6.7%)であった。3期間で次回の出産は助産師にまかせたいと思う女性消費者数に差がみられた ($p=$

0.000)。

4. 産後8～10か月時と産後18か月時との比較

助産師に対する認識および助産師に対する役割の期待におけるすべての項目に対し、産後8～10か月時と産後18か月時とで比較を行ったが、差はみられなかった。したがって、助産師に対する認識および助産師に対する役割の期待における3期間の差は、産後1か月時と産後8～10か月および18か月時との間で生じていたと言える。

V. 考 察

1. 助産師に対する認識

本調査の女性消費者の約8割が自然出産であり、異常分娩は2割であった。このような背景の女性消費者の助産師への認識は、産後1か月の女性消費者は、「出産中、助産師からサポートを受けた」「産後入院中、助産師からサポートを受けた」において、9割以上がそう思うと答えていたが、産後8～10か月および18か月の女性消費者は、8割であった。また、「退院後、助産師からサポートを受けた」において、産後1か月の女性消費者は、6割以上がサポートを受けていたと答えていたが、産後8～10か月および18か月の女性消費者は、半数以下であった。女性消費者の中で、産後1か月以降は助産師に対する認識が減少していた。また、産後1か月の女性消費者の半数が、助産師外来という言葉を知っており、利用したいと答えていたが、産後8～10か月および18か月の女性消費者は、3～4割であった。この時期の対象者の中には、助産師外来と関わりが少なく、助産師外来受診の経験が少ない人が存在していたことが影響しているかもしれない。このような状況では、次回、女性消費者が再び妊娠した時、助産師外来の利用を期待することができない可能性がある。

宮崎³⁾は、「助産師外来は医師と役割分担して助産師の専門性を十分発揮し、妊娠から母乳育児期まで妊産婦に満足のいくケアを提供する場所、また、妊産婦の全生活を見守る窓口であって欲しい。」と述べている。助産師外来を女性消費者が利用していくためには、助産師は、妊娠期はもとより、産後の母乳育児を含めたケアを長期にわたって行うことが求められる。また、3期間とも助産師・看護師の区別がつくと答えていた女性消費者は6割前後であり、助産師像が明確になっていない感がある。森山⁴⁾は、

「助産師という仕事が見えないのも、数が少ないというだけでなく、国民から見て看護師との区別が分からないことが根底にあるのではないか。助産が看護を基礎にしていることは当然であるが、それを発展させた助産の活躍がもっと見えるようにしなければならない」と述べている。助産師は、女性消費者から、外見からも、仕事の内容からも、看護師と区別してとらえられ、子育ての時期においても、助産師としての役割を果たしていく必要がある。嶋崎⁵⁾は、産後1か月健診を受診したじょく婦に助産師に対する認知と期待を調査しているが、「助産師の存在を周知する機会は十分にあるにもかかわらず、助産師自身がその必要性を把握しておらず、実践できていない状況が伺えた」と述べている。助産師は、女性消費者と関わる際に、助産師がどのようなサポートができる存在なのかを伝えていく必要がある。

2. 助産師に対する役割の期待

女性消費者の助産師に対する役割の期待において、「助産師はよく相談にのってくれる」の質問には、3期間とも8割以上がそう思うと答えているが、そう思わないと答えている女性消費者が、月数が高いほど多かった。「助産師は頼りになる」について産後1か月の女性消費者の9割近くがそう思うと答えているに対して、産後8～10か月および18か月の女性消費者は、8割前後であった。「子育て中、助産師に相談できたらよい」について、産後1か月の女性消費者の9割以上がそう思うと答えているのに対し、産後8～10か月および18か月の女性消費者では、8割を切っている。唐田⁶⁾は、「現在の病産院のシステムでは多くの場合、産後1か月を過ぎると、母子との関係が終結する状況である。このころを過ぎたら、母親はいつまでも病産院には相談できないと感じるだろう。」と述べていることから、産後1か月を過ぎると女性消費者は、助産師を相談相手の対象として意識しなくなるかもしれない。また、唐田⁷⁾は「子育てを見据えた支援に対する助産師の役割認識は低い。」とも述べている。産後1か月健診以降助産師が子育てに関わる機関も少なくなることにも影響しているだろう。

「分娩介助は助産師がよい」について、産後1か月の女性消費者の7割以上の女性消費者がそう思うと答えているのに対し、産後8～10か月の女性消費者は6割、産後18か月の女性消費者は5割となっていた。産後1か月の女性消費者の8割以上が「出産に

より助産師のイメージはよくなった」と答えていたが、産後8～10か月および18か月の女性消費者は、7割前後にとどまっていた。産後1か月の女性消費者の半数が「次回の出産は助産師にまかせたい」と答えていた。産後8～10か月および18か月の女性消費者は3割であった。助産師の専門である出産に関しての直接的関わりが無くなると意識も風化してくる可能性がある。櫃本⁸⁾は、虐待への予防を推進するためには、妊娠・周産期において医師や助産師などが、住民のニーズに応じて、自ら子育てエンパワメントに取り組むことは極めて有効であることを指摘している。助産師は、産後1か月健診以降も子育てしている母親に寄り添い、母親の力を引き出し見守り支える取り組みを行う必要がある。助産師外来も妊娠期の支援を主にするのではなく、産後の子育て支援の機能も持つことができれば、女性消費者が助産師を長期的に信頼・相談出来る存在として認識できるだろう。

以上のことから、産後8～10か月および18か月の女性消費者の助産師に対する認識は、産後1か月時と比較して薄いことがわかった。また、時期に関係無く助産師と看護師との区別が付かない女性消費者が6割前後おり、助産師像が明確になっていない。加えて、産後1か月以降は、助産師が母子に関わる機会が少なくなり、女性消費者の助産師の役割に対する期待が薄いことがわかった。助産師は、助産師であること、助産師には、どのような役割があるのかを女性消費者に伝え、産後の母子の身近な支援者としての役割も視野にいたした活動をしていく必要があると考える。

Ⅶ. おわりに

本研究より、産後の女性消費者は、産後1か月以降、助産師に対しての認識が薄くなっていることが分かった。また、産後1か月以降、子育てに対しての助産師への役割期待は減り、それは、助産師が母子に関わる機会が減少していることが原因であることが示唆された。今後は、助産師自身も子育て支援を意識した役割を果たし、妊・産・じょく期および子育ての時期を通して母子を支援していく必要があると言える。

謝 辞

本研究にご協力いただきました札幌地区・北網地区の病院・クリニック・保健センターの皆様には深く感謝いたします。

なお本研究は、当大学の2009年度の奨励研究の助成を受けて実施したものです。

Ⅶ. 引用文献

- 1) 岡部紗千、足立侑、上垣まどか他：総合周産期母子医療センターにおける助産師外来のあり方、京都母性衛生学会雑誌、第18巻、p54、2010
- 2) 柳原真知子、山口さつき、斎藤恵梨子：産後1ヶ月の女性の助産師に対する意識－札幌地区と北網地区との比較－、日本赤十字北海道看護大学紀要、第11巻、p1、2011
- 3) 宮崎文子：時代が求める自律した助産師への期待、看護科学研究、vol.8、40-45、2009
- 4) 森山幹夫：助産と看護の飛躍のために、ペリネイタルケア、vol.26、no.8、60-61、2007
- 5) 蠣崎奈津子他：岩手で出産した褥婦の助産師に対する認知と期待、岩手県立大学看護学部紀要、9、65-76、2007
- 6) 唐田順子：病産院における子育てを見据えた産褥期の支援の実態と助産師の役割認識、母性衛生、第49巻2号、357-365、2008
- 7) 前掲書⁵⁾：p363
- 8) 櫃本真津：ヘルスプロモーションに基づいた妊娠出産期における児童虐待予防対策、周産期医学、vol.36、no.8、947-950、2006